

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengolahan data dan analisis pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan antara lain:

1. Faktor – faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *supermarket* yang dikunjungi antara lain:
 - Keanekaragaman jenis makanan pokok.
 - Keanekaragaman jenis daging.
 - Keanekaragaman jenis sayur.
 - Keanekaragaman jenis buah.
 - Keanekaragaman keperluan rumah tangga.
 - Keanekaragaman peralatan rumah tangga.
 - Keanekaragaman produk yang baru muncul di pasaran.
 - Keanekaragaman ukuran produk.
 - Kemasan produk yang dijual baik.
 - Kesegaran produk segar.
 - Kebersihan produk.
 - Kejelasan tanggal kadaluarsa produk.
 - Memiliki harga jual produk yang bersaing dengan *supermarket* lain.
 - Terdapatnya diskon belanja.
 - Mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum.
 - Lokasi mudah dilihat.
 - Lokasi terletak di pinggir jalan.
 - Banyaknya cabang di berbagai tempat.
 - Promosi melalui spanduk di sekitar area *supermarket*.
 - Promosi melalui pembagian brosur di *supermarket*.
 - Promosi melalui pembagian brosur ke rumah.
 - Promosi melalui iklan di televisi.

- Promosi melalui situs internet.
- Potongan harga untuk pembelian produk tertentu.
- Potongan harga pada *member*.
- Potongan harga pada waktu tertentu.
- Keramahan pegawai.
- Kesopanan pegawai.
- Kerapihan pegawai.
- Kebersihan pegawai.
- Pengetahuan pegawai tentang produk yang dijual.
- Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen.
- Keterbukaan pegawai dalam menerima saran & kritik konsumen.
- Ketepatan antara label harga dengan harga produk.
- Kemudahan transaksi pembayaran secara tunai.
- Kemudahan transaksi pembayaran secara non tunai.
- Pemberlakuan *member card*.
- Penghargaan khusus antara *member* lama dengan baru.
- Kesejukan ruangan.
- Kemudahan dalam menyampaikan saran/kritik konsumen.
- Kelengkapan fasilitas di sekitar *supermarket*.
- Penataan produk yang rapi dan mudah dijangkau.
- Pengelompokkan produk yang baik.
- Petunjuk lokasi barang yang jelas.
- Kejelasan penempatan label harga.
- Keleluasaan konsumen untuk bergerak saat berbelanja.
- Etalase yang bersih.
- Lantai *supermarket* yang bersih.
- *Interior supermarket* yang menarik.
- Area parkir yang aman dan memadai.
- Kondisi keranjang dan *trolley* yang terpelihara.
- Kecukupan jumlah *trolley*.

2. Yang menjadi kekurangan dan kelebihan Griya – TKI II dibandingkan pesaingnya antara lain:

- Kelebihan

- Keanekaragaman jenis daging.
- Keanekaragaman jenis buah.
- Kesegaran produk segar.
- Memiliki harga jual produk yang bersaing dengan *supermarket* lain.
- Terdapatnya diskon belanja.
- Banyaknya cabang di berbagai tempat.
- Promosi melalui spanduk di sekitar area *supermarket*.
- Promosi melalui pembagian brosur di *supermarket*.
- Potongan harga untuk pembelian produk tertentu.
- Potongan harga pada *member*.
- Potongan harga pada waktu tertentu.
- Keramahan pegawai.
- Kesopanan pegawai.
- Kerapihan pegawai.
- Kebersihan pegawai.
- Pengetahuan pegawai tentang produk yang dijual.
- Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen.
- Keterbukaan pegawai dalam menerima saran & kritik konsumen.
- Ketepatan antara label harga dengan harga produk.
- Pemberlakuan *member card*.
- Penghargaan khusus antara *member* lama dengan baru.
- Kesejukan ruangan.
- Penataan produk yang rapi dan mudah dijangkau.
- Pengelompokkan produk yang baik.
- Petunjuk lokasi barang yang jelas.
- Kejelasan penempatan label harga.

- Etalase yang bersih.
 - Lantai *supermarket* yang bersih.
 - Interior *supermarket* yang menarik.
- Kekurangan
- Keanekaragaman jenis makanan pokok.
 - Keanekaragaman keperluan rumah tangga.
 - Keanekaragaman peralatan rumah tangga.
 - Keanekaragaman produk yang baru muncul di pasaran.
 - Keanekaragaman ukuran produk.
 - Kebersihan produk.
 - Kelengkapan fasilitas di sekitar *supermarket*.
 - Keleluasaan konsumen untuk bergerak saat berbelanja.
 - Area parkir yang aman dan memadai.
 - Kecukupan jumlah *trolley*.
- Bersaing
- Keanekaragaman jenis sayur.
 - Kemasan produk yang dijual baik.
 - Kejelasan tanggal kadaluarsa produk.
 - Mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum.
 - Lokasi mudah dilihat.
 - Lokasi terletak di pinggir jalan.
 - Promosi melalui pembagian brosur ke rumah.
 - Promosi melalui iklan di televisi.
 - Promosi melalui situs internet
 - Kemudahan transaksi pembayaran secara tunai.
 - Kemudahan transaksi pembayaran secara non tunai.
 - Kemudahan dalam menyampaikan saran/kritik konsumen.
 - Kondisi keranjang dan *trolley* yang terpelihara.

3. Tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Griya – TKI II antara lain:
- Kuadran 2 (Tingkat kinerja rendah pada tingkat kepentingan tinggi).
 - Keanekaragaman jenis makanan pokok.
 - Keanekaragaman jenis sayur.
 - Keanekaragaman keperluan rumah tangga.
 - Keanekaragaman produk yang baru muncul di pasaran.
 - Keanekaragaman ukuran produk.
 - Promosi melalui pembagian brosur di *supermarket*.
 - Promosi melalui pembagian brosur ke rumah.
 - Ketepatan antara label harga dengan harga produk.
 - Keleluasaan konsumen untuk bergerak saat berbelanja.
 - Area parkir yang aman dan memadai.

 - Kuadran 1 (Tingkat kinerja tinggi pada tingkat kepentingan tinggi).
 - Keanekaragaman jenis daging.
 - Keanekaragaman jenis buah.
 - Kemasan produk yang dijual baik.
 - Kesegaran produk segar.
 - Kebersihan produk.
 - Kejelasan tanggal kadaluarsa produk.
 - Memiliki harga jual produk yang bersaing dengan *supermarket* lain.
 - Terdapatnya diskon belanja.
 - Banyaknya cabang di berbagai tempat.
 - Promosi melalui spanduk di sekitar area *supermarket*.
 - Potongan harga untuk pembelian produk tertentu.
 - Potongan harga pada *member*.
 - Potongan harga pada waktu tertentu.
 - Pengetahuan pegawai tentang produk yang dijual.
 - Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen.

- Kemudahan transaksi pembayaran secara tunai.
 - Kemudahan transaksi pembayaran secara non tunai.
 - Kesejukan ruangan.
 - Penataan produk yang rapi dan mudah dijangkau.
 - Kejelasan penempatan label harga.
 - Etalase yang bersih.
 - Lantai *supermarket* yang bersih.
 - Kondisi keranjang dan *trolley* yang terpelihara.
 - Kecukupan jumlah *trolley*.
- Kuadran 3 (Tingkat kinerja rendah pada tingkat kepentingan rendah).
- Keanekaragaman peralatan rumah tangga.
 - Mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum.
 - Promosi melalui iklan di televisi.
 - Promosi melalui situs internet
 - Pemberlakuan *member card*.
 - Penghargaan khusus antara *member* lama dengan baru.
 - Kemudahan dalam menyampaikan saran/kritik konsumen.
 - Kelengkapan fasilitas di sekitar *supermarket*.
- Kuadran 4 (Tingkat kinerja tinggi pada tingkat kepentingan rendah).
- Lokasi mudah dilihat.
 - Lokasi terletak di pinggir jalan.
 - Keramahan pegawai.
 - Kesopanan pegawai.
 - Kerapihan pegawai.
 - Kebersihan pegawai.
 - Keterbukaan pegawai dalam menerima saran & kritik konsumen.
 - Pengelompokkan produk yang baik.

- Petunjuk lokasi barang yang jelas.
 - *Interior supermarket* yang menarik.
4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap Griya – TKI II antara lain:
- Puas
 - Lokasi mudah dilihat.
 - Lokasi terletak di pinggir jalan.
 - Keramahan pegawai.
 - Kesopanan pegawai
 - Kerapihan pegawai.
 - Kebersihan pegawai
 - Keterbukaan pegawai dalam menerima saran & kritik konsumen.
 - Kemudahan transaksi pembayaran secara tunai.
 - Kemudahan transaksi pembayaran secara non tunai.
 - Kesejukan ruangan.
 - Kelengkapan fasilitas di sekitar *supermarket*.
 - Penataan produk yang rapi dan mudah dijangkau.
 - Pengelompokkan produk yang baik.
 - Petunjuk lokasi barang yang jelas.
 - Lantai *supermarket* yang bersih.
 - *Interior supermarket* yang menarik.
 - Kondisi keranjang dan *trolley* yang terpelihara.
 - Tidak Puas
 - Keanekaragaman jenis makanan pokok.
 - Keanekaragaman jenis daging.
 - Keanekaragaman jenis sayur.
 - Keanekaragaman jenis buah.
 - Keanekaragaman keperluan rumah tangga.
 - Keanekaragaman peralatan rumah tangga.

- Keanekaragaman produk yang baru muncul di pasaran.
- Keanekaragaman ukuran produk.
- Kemasan produk yang dijual baik.
- Kesegaran produk segar.
- Kebersihan produk.
- Kejelasan tanggal kadaluarsa produk.
- Memiliki harga jual produk yang bersaing dengan *supermarket* lain.
- Terdapatnya diskon belanja.
- Mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum.
- Banyaknya cabang di berbagai tempat.
- Promosi melalui spanduk di sekitar area *supermarket*.
- Promosi melalui pembagian brosur di *supermarket*.
- Promosi melalui pembagian brosur ke rumah.
- Promosi melalui iklan di televisi.
- Promosi melalui situs internet.
- Potongan harga untuk pembelian produk tertentu.
- Potongan harga pada *member*.
- Potongan harga pada waktu tertentu.
- Pengetahuan pegawai tentang produk yang dijual.
- Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen.
- Ketepatan antara label harga dengan harga produk.
- Pemberlakuan *member card*.
- Penghargaan khusus antara *member* lama dengan baru.
- Kemudahan dalam menyampaikan saran/kritik konsumen.
- Kejelasan penempatan label harga.
- Keleluasaan konsumen untuk bergerak saat berbelanja.
- Etalase yang bersih.
- Area parkir yang aman dan memadai.
- Kecukupan jumlah *trolley*.

5. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Griya – TKI II antara lain:

→ *Segmentation* yang dilakukan berdasarkan pada jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan/bulan, pengeluaran/kunjungan, lokasi tempat tinggal, produk yang biasa dibeli, frekuensi kedatangan/bulan, waktu berbelanja beserta alasannya, tujuan berbelanja, media yang digunakan untuk memperoleh informasi, *channel* televisi yang sering dilihat, keikutsertaan menjadi *member* beserta alasannya, penggunaan jasa *delivery* saat membeli produk, pendapat untuk penggunaan jasa *delivery* di *supermarket*, pembatalan mengunjungi *supermarket* beserta alasannya.

→ *Targeting* dari Griya – TKI II adalah konsumen dengan :

- Penghasilan/bulan : Rp 700.000,00 – Rp 6.000.000,00
- Pengeluaran/kunjungan : Rp 500.000,00 – Rp 1.000.000,00
- Tujuan berbelanja : Memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari
- Waktu berbelanja : Pukul 08.00 – 10.00 dan 18.00 – 21.00.
- Lokasi tempat tinggal : Taman Kopo Indah I, II dan III
- Menyukai penyediaan jasa *delivery* di *supermarket*.

→ *Positioning* yang dapat dilakukan oleh Griya – TKI II adalah menyediakan jasa *delivery* di Griya – TKI II dengan slogan “Males Keluar Rumah Buat Belanja??Telepon Aja Griya!!”

6. Usulan yang dapat diterapkan oleh Griya – TKI II agar dapat bersaing dan meningkatkan kembali jumlah penjualan antara lain:

- Menyediakan pegawai yang khusus mengatur dan menjaga keamanan kendaraan dan menggunakan karcis parkir sebagai tanda

masuk dan keluar serta menghitung rata – rata jumlah kendaraan yang masuk terutama pada waktu mayoritas konsumen berbelanja.

- Melengkapi keanekaragaman ukuran produk di etalase dan melakukan koordinasi untuk mencegah terjadinya kekosongan barang di etalase.
- Lebih sering mengikuti perkembangan produk – produk yang dijual dari berbagai media yang ada baik media cetak, elektronik ataupun lainnya.
- Menyediakan ruang yang cukup bagi konsumen dengan menata barang sebaik mungkin dan juga menghitung rata – rata jarak maksimum yang dibutuhkan oleh seorang konsumen beserta alat yang digunakan ketika berbelanja.
- Melengkapi jenis makanan pokok yang dijual serta memperhatikan kuantitas dan kualitas produk.
- Melengkapi jenis keperluan rumah tangga yang dijual serta memperhatikan kuantitas dan kualitas produk.
- Melengkapi jenis peralatan rumah tangga yang dijual serta memperhatikan kuantitas dan kualitas produk.
- Melakukan pengecekan kebersihan produk secara berkala.
- Menyediakan *trolley* cadangan dan pegawai yang bertugas untuk meletakkan *trolley* yang sudah digunakan ke tempat semula.
- Menambahkan fasilitas – fasilitas di sekitar *supermarket* dan memberikan desain yang lebih menarik.
- Melakukan pembagian brosur ke rumah – rumah konsumen terutama di daerah Taman Kopo Indah.
- Melengkapi jenis sayur yang disesuaikan dengan gaya hidup target pasar seperti sayuran organik.
- Menyediakan jasa pengiriman barang (*delivery*).
- Membuat *website* dan *account* di situs jejaring sosial seperti *facebook* atau *twitter*.

- Meningkatkan pemeriksaan kualitas produk yang akan dijual baik yang berasal dari *supplier* / kantor pusat atau ketika sudah berada di etalase.
- Melakukan pemeriksaan tanggal kadaluarsa produk.
- Menyediakan wadah untuk menyampaikan saran dan kritik konsumen dan forum di *website*.
- Melakukan pemasangan iklan di *channel – channel* televisi.
- Memberikan *briefing* singkat pada kasir – kasir yang beroperasi.
- Melakukan pengecekan secara berkala pada keranjang dan *trolley*.
- Menambahkan fasilitas proses pembayaran non tunai.
- Menempatkan brosur – brosur di tempat yang terlihat dengan baik oleh konsumen dan membagikan brosur kepada konsumen saat berbelanja.
- Melakukan pengecekan secara berkala pada label harga yang ditempel di etalase.
- Memberikan hadiah langsung untuk *member* yang telah loyal selama kurun waktu tertentu atau mengundang *member* tersebut dalam *event – event* yang diadakan oleh kantor pusat Griya – TKI II.
- Menambahkan kelebihan – kelebihan seorang *member* dan mengadakan acara *gathering* secara berkala untuk para *member*.
- Memberikan potongan harga (*discount*) pada *event – event* dan produk tertentu.
- Melakukan riset pasar secara berkala mengenai harga jual produk di *supermarket – supermarket* sekitar.
- Melengkapi jenis daging yang dijual dan melakukan pertukaran jenis daging yang dijual pada hari – hari tertentu.
- Melengkapi jenis buah yang disesuaikan dengan gaya hidup target pasar seperti buah *import* atau buah lokal kualitas baik.
- Menambahkan desain – desain yang menarik pada spanduk dan dipasang di area yang sering dilewati oleh banyak orang.

- Melakukan pengecekan secara berkala pada mesin pendingin dan kualitas dari produk segar.
- Memperhatikan pembagian jumlah pegawai pada masing – masing posisi.
- Memperhatikan penempatan label harga dan melakukan pengecekan letak produk yang berada di etalase secara berkala.
- Melakukan *briefing* pada bagian sapu jagad untuk selalu mengecek kebersihan setiap etalase.
- Menambah cabang di berbagai tempat baik yang berada di kota Bandung atau di luar kota Bandung.
- Melakukan *briefing* singkat sebelum aktivitas dimulai yang dipimpin oleh *supervisor* masing – masing divisi.
- Melakukan *service Air Conditioner (AC)* secara berkala.
- Melakukan *briefing* pada bagian sapu jagad untuk selalu mengecek kebersihan setiap lantai *supermarket*.
- Melakukan *briefing* sebelum aktivitas dimulai kepada para pegawai untuk selalu bersikap ramah, sopan, rapi, bersih dan terbuka terhadap saran/kritik yang diberikan.
- Melakukan pertimbangan saat memilih warna untuk petunjuk lokasi barang.
- Mempertimbangkan setiap jenis produk yang akan dikelompokkan.
- Menggunakan warna – warna cerah, desain yang menarik dan mengikuti tema *event – event* yang sedang berlangsung.

6.2 Saran

1. Sebaiknya dilakukan penelitian yang berkaitan dengan pengendalian *inventory* produk yang dijual.
2. Sebaiknya dilakukan penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumen Griya – TKI II.